

外企垄断智能手机操作系统市场

# 国内智能手机厂商面临边缘化风险

■ 本报记者 郭奎涛 实习生 康鑫

“前后开发了 15 年,最近的这个版本也已开发了 9 年”,对于完全自主研发的原生手机操作系统 960os 来说这是一个漫长的马拉松。该系统研发负责人李明透露,在过去五年,该系统的研发一直得到国家发改委、工信部、科技部、财政部“核高基”项目的支持,“是国家科技重大专项任务”。

不过,在中国的智能手机操作市场长期被安卓、苹果 iOS 等国外操作系统垄断的情况下,自主知识产权操作系统能否在市场上占一席之地依然是一个未知数。

## 国内自主操作系统普遍未超过 1%

系统所有者、深圳市同洲电子董事长袁明告诉记者,如果手机操作系统尽被国外巨头垄断,国家和个人的信息安全都将受到严重威胁,事关国家信息安全的,更是马虎不得。

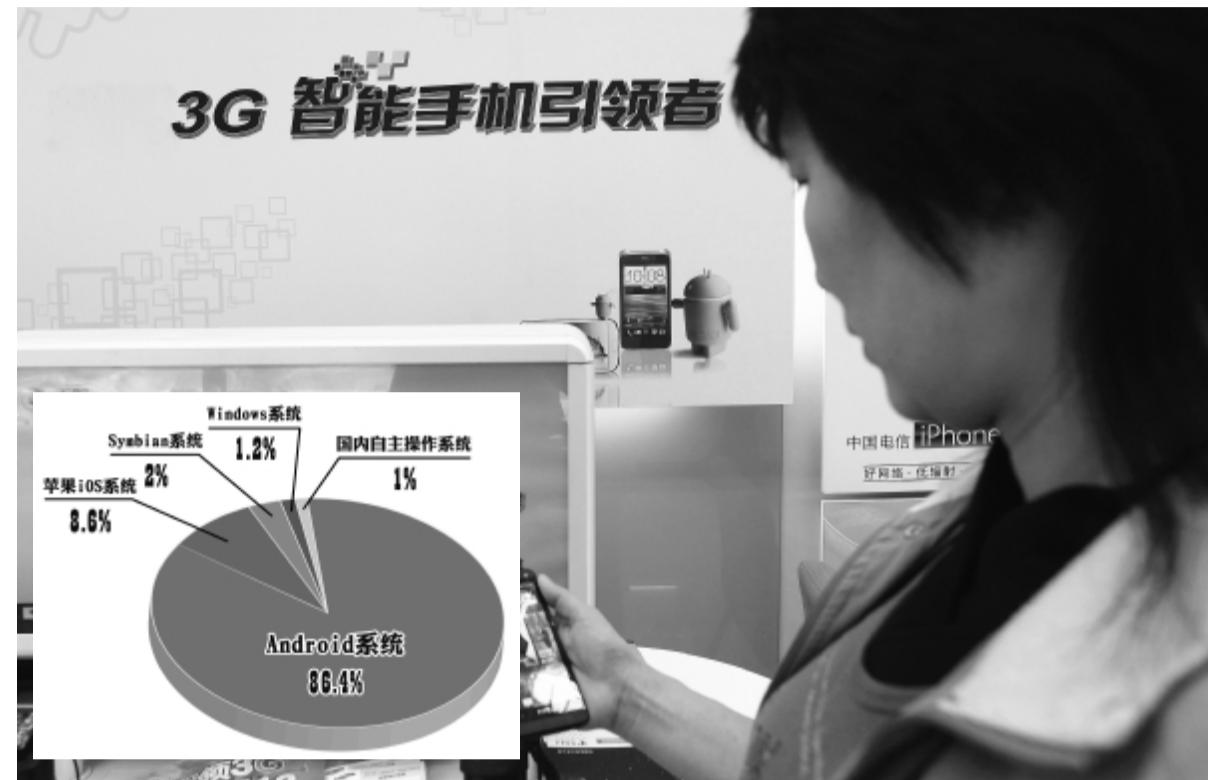
作为移动互联网的重要入口,手机操作系统已成为兵家必争之地。本土手机操作系统市场呈现春秋战国混战局面,但大多都是昙花一现。

百度研发的“百度·易”操作系统拥有智能搜索、云服务等优势,但对上游设备开发商、技术提供商的业务熟悉度不够,用户认可度低;阿里巴巴的“云 OS”整合了支付宝、阿里旺旺等客户端,为天语手机定制,但其对网络依赖强,流量耗费大成为消费者难以接受的弊端。

此外,还有联想为乐 phone 的定制系统“乐 OS”、创新工场的“点心 OS”、移动的 OMS 均是基于安卓系统的二次开发,因不具有明显的原创系统优势及合作厂商低端等原因一直处于市场边缘。

根据 IDC 公布的数据,安卓系统甚至呈现绝对优势局面,截至 2012 年底,Android 已占到增量市场的 86.4%,其它系统中,Symbian 仅余 2%,苹果 iOS 占 8.6%,Windows 占 1.2%,国内自主操作系统普遍未超过 1%。

慧聪研究 ITC 事业部总监张本厚在接受采访中对《中国企业报》记者说,“单纯从手机的操作系统来讲,国内的操作系统用的基本上都是安卓,



本报记者 林瑞泉 / 摄 王利博制图

顶多是在安卓的基础上做一些定制化的修改,如中国移动之前做的 OMS、阿里云 OS 系统。纯国产的手机操作系统非常少,其市场占有率也很低。”

## 政策支持真正可控的操作系统

国外智能手机操作系统在中国市场上的垄断,极大地制约了国内企业和相关产业链在移动互联网领域的发展。

在安卓发展的早期,HTC 作为安卓阵营的先锋被人们熟知,但安卓结盟三星之后,三星借助完整的产业链与品牌效应,使 HTC 逐步败下阵来,销量直线下滑。另一方面,随着国外系统服务商竟向推出硬件产品,原来国内手机厂商的合作伙伴也逐渐转变为竞争对手,国内手机厂商很可能被国外系统服务商边缘化。

“手机需要围绕操作系统来研发,因此国内厂商没有手机发布权的优势。拿别人的操作系统来研发手机,没有竞争力,只能裸奔,打价格战,行业无利润可言。”袁明对记者说,“三星和苹果每年从中国拿走将近 2000 亿元的纯利润,掌握中国移动信息产业主动权,自主研发操作系

统至关重要。”

2013 年 3 月,工信部发表《移动互联网白皮书(2013)》称,搭载了 Google Android 系统的智能手机在中国的市场占有率达到 86.4%,严重影响了本国手机操作系统研究的发展。在白皮书中,工信部还表示:“目前中国的手机操作系统研究和发展太过于依赖 Android,但我们完全有能力打造自己的手机操作系统。”

不仅是产业的发展,智能手机操作系统对用户信息的暗中收集,强迫默认获取个人隐私权限,极大影响我国的信息安全。前不久的棱镜门事件,谷歌微软苹果等操作系统服务商都被指为美国政府提供信息,对此中国工程院院士刘韵洁表示:“从斯诺登事件便可以看出,安卓这种开源操作系统的不安全性,其安全漏洞无法避免,只有真正可控的操作系统才可能是安全的。”

2013 年 4 月 15 日,国家工信部副部长杨学山表示,在移动互联网时代,无论从产业发展还是国家安全角度,都需要攻克移动智能终端操作系统。

## 缺专才,缺时间,缺投资

在智能手机硬件日益同质化的

今天,智能手机应用是决定一个智能手机生态圈能否成功的关键。未来智能终端的竞争一定不是硬件的竞争,而是应用、服务和生态系统的竞争。

“智能手机操作系统与 PC 市场类似,其市场的容纳是有限的。操作系统只是一个基本的平台,对于消费者而言,更重要的是有相配套的软件生态。”张本厚说,“智能机最关键的是要有移动 APP 的生态,相配套的软件安装,如果没有开发相配套的软件系统,那么就是伪智能操作系统。”

由于用户认知度、上下游软件环境支持等方面还不够完善等原因,国产智能手机系统难与外商相抗衡。“开放智能手机联盟”协议对国产智能操作系统的推广造成了巨大阻碍。

李明在采访中谈到,“国产智能手机操作系统的生态环境构建是包括消费者、生产商、经销商、社会媒体、技术条件、国家政府、法治力量等的整个社会生态环境建设,最终得到用户的认可。”

“中国的智能手机操作系统市场发展,缺专才,缺时间积累,缺投资。”李明表示,重要的是与第三方开发更多应用,寻找合适的硬件合作伙伴。

# 百度推广频现欺诈网站 监管漏洞待弥补

■ 本报记者 郭奎涛

近日,福建、广东、山东、河南等省网友购买百度推广列表的第一条网站的华为荣耀 3C 智能手机,付款之后却再也打不开网站。目前已经确诊的受骗人数约 399 人,最保守估计此案例总受骗金额超过 30 万元。

刚刚因为标注百度推广欺诈网站被法院判定不正当竞争的 360 公司副总裁曲晓东指出,百度在庭审中认为付费推广链接不是广告,这就意味着,被 360 插件屏蔽的不是广告而是正常内容,而且百度推广不受《广告法》约束不用承担推广欺诈网站的连带责任。

## 争相全额保障

此次关于华为手机的钓鱼网站只是百度推广欺诈的一个缩影,即便使用百度搜索,也可以搜索到大量的遭遇百度推广网站欺诈的案例及其相关的法律咨询。

“从法理上来说,百度提供的推广是收了费的,既是收费就要承担相应的责任。但是现实情况看来,很难追究百度推广欺诈网站的法律责任。”北京市立方(广州)律师事务所任勇波对记者说。

不过,在搜索引擎围绕用户体验的竞争日益激烈的背景下,百度相继推出并升级了针对推广网站的全额保障服务。网民在使用百度搜索时,如果遭遇搜索推广结果中因为假冒、

钓鱼欺诈等网站受到损失,只要提供相关证据,百度将不设上限进行“全额”先行保障。

“百度全额保障计划最关键的第一步是,事先登录百度账号,百度才会统计交易过程,并以此作为交易过程。谁会想到搜索之前要登录百度账号呢,又不是必须登录账号才能搜索。”华为手机事件被张先生说,此次被骗用户绝大多数因此未能拿到百度的全额保障。

据悉,其它搜索引擎的类似服务虽然不要求注册账号,也有部分必备条件。例如,360 搜索网购先赔则要求用户同时下载 360 安全卫士,并开启其中的网购先赔服务,但会事先提醒用户;搜狗用户赔付也要求提供各类证明材料,包括交易记录、付款证明等。

一家搜索企业的技术人士对记者表示,搜索公司推出全额保障也是有备而来的,一方面是通过技术有效拦截欺诈网站,另一方面保证欺诈发生之后可以追偿,这都需要用户的上网纪录等作为证据,这些限制性条件可能不被用户注意,却是必不可少的。

## 安全软肋凸显

搜索推广欺诈网站频现还成了安全厂商大展身手的好机会。这甚至追溯到了 2009 年,还在主打安全产品的 360 就推出了针对搜索推广的插标,帮助用户识别推广中存在的钓鱼网站并在搜索结果中做出提示。

搜索推广是百度的主要收入来源,指出百度推广是欺诈网站,自然引起了百度的不满。当年,百度便以恶意篡改搜索结果为由对 360 提起诉讼,但是并没有得到法院的支持。

时隔数年,法院的态度却发生了 180 度大转变。就在华为手机事件几天之后,百度诉 360 插标不正当竞争案二审宣判,认定 360 属于不正当竞争,同时也提示百度应当注意规避推广中的欺诈网站以保障用户权益。

据悉,百度在起诉时声称,2012 年,360 卫士的搜索插标功能只针对百度,对 Google 等搜索结果中出现的相同网站却没有进行插标,而且还逐步引导用户点击安装 360 安全浏览器,通过百度搜索引擎服务对其浏览器产品进行推广。

“我们承认是做得有些不适当的地方,推荐下载 360 浏览器给对方留下了口实。”360 公司法律总顾问傅博认为,也有原因在于,由于 360 后来推出了搜索业务,在法院看来,是百度的竞争对手,这就加重了 360 恶意针对百度的嫌疑。

目前,百度搜索与金山卫士合作,由金山标注百度推广中存在的欺诈网站。

有互联网行业观察人士认为,360 虽然败诉,却改变不了百度推广很容易被钓鱼网站利用的现实以及百度搜索在安全问题上的软肋,近年来,百度也在大力加强百度卫士等安全业务,并通过与第三方安全厂商的合作补齐短板。

## 呼吁搜索立法

针对百度推广遭到欺诈网站事件,百度相关人士回应称,百度自身已在逐步构建全方位的审查、监察体系,打击网络虚假欺诈,近 3 年打击 2100 万个虚假页面。

“如果是公司做推广,资质一般是要求营业执照副本,盖章的网站备案截图,特殊行业会有要求那个行业的许可证之类;如果是个人做推广,则需要提交身份证复印件,网站备案截图。”百度推广一位销售经理对《中国企业报》记者说。

知情人士透露,国内搜索的展示广告之所以不叫广告而叫推广,主要是百度成立之初,政策出于保护创新企业的目的,放宽了对搜索接纳广告的限制,甚至允许接纳个人广告。有了百度的先例,其它搜索也都叫推广。

时至今日,当初需要政策保护的初创企业和新兴行业,已经发展成了中国一言九鼎的力量。2012 年,百度推广的收入仅次于央视广告。按照当时的增长速度,百度推广将在去年完全超越央视,成为无可争议的广告霸主。

“搜索出现 10 多年以来,随着搜索推广市场的扩大,与之相关的欺诈等各种问题进一步增加,是时候通过立法对其做出规范了。业内对此有过几次讨论,但是最终都不了了之,至今没有结果。”上述知情人士还说。

3D 产业或进入国家战略层面

# 3D 推动产业升级被指为时尚早

■ 本报记者 郭奎涛 实习生 康鑫

新年伊始,3D 产业概念股再度成为市场资金炒作的主流热点——光韵达一度开盘直飙涨停,并带领 3D 打印概念股集体飙升。

不只是投资者对 3D 产业的看好,在去年珠海等很多省、市产业发展的规划书上以及近来科技部、工信部的相关表态中,3D 产业越来越多地被赋予了推动产业转型和升级的支柱产业的厚望。

为加快推动 3D 打印制造技术的研发和产业化,工业和信息化部正在酝酿顶层设计和统筹规划,制定支持 3D 产业发展的专项政策。工业和信息化部总经济师周子学近日进一步透露,工信部将把 3D 产业作为新兴产业培育的重点。

## 避免“圈地规划”一哄而上

以 3D 替代 2D 的数字设计技术革新正变得触手可及,并潜移默化地影响着全球范围的制造企业,对于以制造业为支柱性产业的中国而言,更是如此。寻求一款在三维设计环境中实现数据集中统一处理的工具,已成为企业提升竞争力的不二之法。

一项最新的调查表明,人们在做出购买决定时希望能够接触到以 3D 形式呈现的商品。由此可见,3D 设计对制造商而言,已经不再是一种优势,而是满足当代用户需求所必须具备的能力。

然而,单纯的 3D 设计还远远不够。欧特克公司制造业解决方案部全球高级副总裁 Robert Buzz Kross 指出,“单纯的 3D 设计无法从根本上革新传统的工作流程,在团队协同、数据共享、工具兼容性、信息安全等方面存在这样那样的挑战,取而代之的是超越 3D 设计的数字化样机解决方案,后者能够突破阻碍创新的历史性障碍——时间、资金、距离和语言,帮助包括设计师、工程师、市场人员和最终客户在内的制造团队实现从概念到投产的全程紧密协同,进而帮助制造商更快速地将更具创新性的产品推向市场。”

早在去年 5 月,科技部就公布了《国家高技术研究发展计划(863 计划)、国家科技支撑计划制造领域 2014 年度备选项目征集指南》,3D 打印产业首次入选。3 个月后工信部印发的《信息化和工业化深度融合专项行动计划(2013—2018 年)》中,3D 打印技术再次入选。

慧聪研究 ITC 事业部总监张本厚告诉记者,这就意味着,3D 打印已经获得国家层面支持,这也为中国的 3D 打印产业发展提供了强有力的后盾。

“在国家政策向‘高薪尖’产业倾斜的背景下,3D 打印产业将迎来巨大的发展机遇,成为中国产品开发的主要途径。”国内最早 3D 打印馆创始人,杭州讯点商务服务有限公司首席执行官茹方军在采访中表示。

据中国 3D 打印技术产业联盟预测,中国 3D 打印的市场规模到 2016 年时将扩大到 100 亿元人民币,而中国将超越美国,成为全球最大的 3D 打印市场。

茹方军在接受《中国企业报》记者采访中还表示,政府的支持必然是 3D 产业发展的一大机遇,但要防止出现光伏产业,产能过剩,过度扩张的不利局面。“既要避免将这个行业做成形象工程,也要避免‘圈地规划’一哄而上”。

## 3D 产业链体系有待完善

很难想象,一次全国 3D 大赛参加的高校达 879 所,大学生超过了 100 万,参加企业也超过了 1000 多家。全国 3D 大赛组委会执行主任、中国航天科技集团总工程师杨海成表示,运用三维数字化技术能最大化地对产品进行仿真设计,而且尽可能地将错误解决在设计阶段,使产品的开发周期缩短,降低企业的生产成本。三维数字化技术是企业设计、生产、管理的基础,是现在产品创新的基本技术,也是中国制造业升级的关键性技术。

在中国 3D 产业广阔的市场前景以及政策支持下,3D 产业成为推动中国产业结构转型、升级的支柱力量似乎是理所当然的。但如何打通 3D 产业链上下游各个环节,形成畅通、完整的 3D 产业链体系,是当前产业转型升级与新兴战略产业培育发展的关键。

中国电子科技集团第三十八研究所研究员级高工张红旗表示,在国家制造业信息化工作中,三维 CAD 和 ERP 技术的研发、推广、应用和人才培训工作,越来越成为业界关注的重点,以 3D 技术为基础支撑的制造服务业将是产业转型升级的重点所在。

然而,对比分析中国 3D 打印产业发展中的瓶颈,对 3D 产业能否承担起推动中国产业升级重任的质疑日益增多。

数据显示,去年中国增材制造技术设备(即 3D 打印设备)数量处于全球 3 至 4 位,一定程度上反映了国内科研单位投入的研究力量。但是,同期 3D 打印全球总产值达 21 亿美元,而中国只有 6 亿元人民币。

“生产设备总数与产值不正成比,背后的原因是中国 3D 打印产业整体竞争力不强、企业创新能力较弱、工程应用和成果推广不佳等问题,相比发展了数百年的传统制造工艺来讲,仍然不在一个重量级,推动产业升级或许言之过早。”张本厚对《中国企业报》记者说。

“中国的 3D 产业发展还处于比较初级的阶段,与国外对比主要是国内的创新能力不足、研发能力不足、科研转化力差,形成太多的山寨产品。”茹方军说。

西安交通大学机械工程学院院长卢秉恒指出,我国 3D 打印技术与产业尚未形成材料—工艺—装备—应用赛事的科研和产业链。材料的基础研究、制备工艺及产业化方面与国外相比存在相当大的差距。3D 打印制造工艺装备智能化程度低,核心元器件主要依靠进口。